

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ**      ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ของผู้ประกอบการรถบรรทุกในการเลือกใช้บริการของู่เคาะ  
ฟันสีในจังหวัดสมุทรสาคร

**ผู้เขียน**      นายวรยุทธ์ มาลากรอง

**ปริญญา**      บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์บุญสวาท พฤทธิกันนท์      ประธานกรรมการ  
อาจารย์ชานนท์ ชิงชยานุรักษ์      กรรมการ

**บทคัดย่อ**

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ประกอบการรถบรรทุกในการเลือกใช้บริการู่เคาะฟันสี ในจังหวัดสมุทรสาคร การศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 353 ชุด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการรถบรรทุกไม่ประจำทาง และผู้ประกอบการรถบรรทุกส่วนบุคคล จำนวนรวม 353 ราย และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 70.80 มีตำแหน่งเป็นเจ้าของประกอบการ ร้อยละ 52.10 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 68.3 รายได้ของสถานประกอบการไม่เกิน 1,000,000 บาท/เดือน ร้อยละ 54.96 สถานประกอบการมีรถบรรทุกประเภทหกล้อใหญ่ สิบล้อรวมถึงสิบสองล้อ ร้อยละ 73.90 รถบรรทุกจดทะเบียนแบบส่วนบุคคล ร้อยละ 93.77 รถบรรทุกมีการทำประกันภัยประเภท 1 ร้อยละ 49.90 อายุรถเฉลี่ยปัจจุบัน 6 – 10 ปี ร้อยละ 47.90 โดยรถบรรทุกมีสาเหตุการเข้าอู่เพราะเฉี่ยวชน ร้อยละ 70.50 และส่วนใหญ่ผู้ที่ชำระค่าซ่อมคือสถานประกอบการเอง ร้อยละ 52.40

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการู่เคาะฟันสีพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านกระบวนการ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน คุณภาพของงานเคาะฟันสี เช่น เคาะฟันสีแล้วเหมือนเดิมมีความเงางาม

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน การกำหนดราคาค่าบริการที่ชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน การให้ความสะดวกในการติดต่อบริการผ่านทางโทรศัพท์

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน การมีส่วนลด เมื่อใช้บริการเป็นประจำ

ปัจจัยด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน พนักงานมีความรู้ และความชำนาญเกี่ยวกับการเคาะฟันสี

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน ระบบรักษาความปลอดภัยกับรถที่เข้ามารับบริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญสูงสุดกับปัจจัยย่อยด้าน ความรวดเร็วในการเคาะฟันสี

**Independent Study Title** Services Marketing Mix Factors Affecting Trucking Entrepreneur  
Decision Toward Selecting Garage Services in Samut Sakhon  
Province

**Author** Mr. Warayudht Malakrong

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Associate Professor Boonsawart Prugsiganont Chairperson

Lecturer Chanon Chingchayanurak Member

**ABSTRACT**

The purpose of independent study was to study the services marketing mix factors affecting to truck enterprise's automobile service garage business selection in Samutsakhon province. The sample consisted of 353 respondents who owned the business in Samutsakhon, with trucks in the enterprise. The data analysis was done by using descriptive statistics : frequency, percentage and mean. The results showed that the majority of respondents were male, aged between 41 to 50 years old. Enterprise's monthly income not over 1,000,000 baht. Enterprise's big truck were 6 to 12 wheel and private truck register. The trucks insurance were type1. The present trucks used average 6 -10 years old. Cause of trucks repair were accident and expender were enterprise.

The average importance level of services marketing mix factors affecting to truck enterprise's automobile service garage business selection in Samutsakhon province were at high importance level in term of product, price, place, people, physical evidence and process respectively. However, the promotion factor was rated at a moderate importance level.

Product factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the quality of repair.

Price factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the clearing of price setting.

Place factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the availability of service by telephone.

Promotion factor was rated the average score at moderate level of importance. The first rank subfactor was the discount promotion when they were not the new customer.

People factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the knowledge and skills of operators.

Physical evidence factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the customer truck's guard system.

Process factor was rated the average score at high level of importance. The first rank subfactor was the on time service as dealing with customer.